

РОЗДІЛ 3. ТЕОРІЯ І МЕТОДИКА ПРОФЕСІЙНОЇ ОСВІТИ

КРИТИЧНЕ МИСЛЕННЯ ЯК ЗАСІБ ПРОТИДІЇ ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНИМ ОПЕРАЦІЯМ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ¹

CRITICAL THINKING AS A MEANS OF COUNTERING INFORMATIONAL AND PSYCHOLOGICAL OPERATIONS IN SOCIAL NETWORKS

Тотальна інформатизація та диджиталізація на сучасному етапі розвитку суспільства внесла значні корективи в процес інтеракції між людьми по всьому світу. Завдяки соціальним мережам люди можуть комунікувати в режимі реального часу, оперативно знайомитись з новинами, обговорювати їх, ділитися враженнями, просувати власні думки тощо. З іншого боку, соціальні мережі стали потужним засобом маніпуляції громадською свідомістю, що особливо небезпечно в умовах війни, яку наразі здійснює РФ проти України як на полі бою, так і в інформаційному просторі.

У дослідженні проаналізовано сутність категорії інформаційно-психологічна операція (ІПСО), визначено її цілі, вектори та особливості з точки зору маніпулятивних дій росії. Схарактеризовано сутність поняття «соціальні мережі», подано рейтинг таких соціальних мереж як Facebook, Youtube, Instagram, TikTok за кількістю користувачів в Україні за останні роки.

На підставі аналізу інформації, що представлена в соціальних мережах, визначено шляхи реалізації ІПСО у найбільш популярних соціальних мережах України, зокрема Youtube, Instagram, Facebook, TikTok за засоби протидії ним. Окреслено найбільш розповсюджені шляхи впливу ІПСО у соціальних мережах на громадську думку українців, серед них: фейкові новини та дезінформація; селективна правда; підробні акаунти та особистості; боти та тролі; колаборація з інфлюенсерами; пропаганда з використанням мемів; маніпуляція трендами; вірусний маркетинг; злом та витік інформації тощо.

Доведено, що критичне мислення є ефективним засобом протидії російській ІПСО у соціальних мережах і розуміється як певний тип світогляду особистості, як психолого-педагогічна характеристика якостей критично мислячої особистості, як педагогічна категорія та / або технологія тощо. У межах нашої розвідки воно тлумачиться як такий тип мислення, що дозволяє особистості критично ставитись до інформації з різних джерел, виокремлювати правдиві факти від фейків, аналізувати, узагальнювати інформацію, робити аргументовані висновки, ефективно прогнозувати й моделювати майбутнє, що в сучасних умовах є своєрідним гарантом безпеки людини.

Визначено можливості застосування критичного мислення у протидії російським ІПСО у соціальних мережах, зокрема через: всебічний аналіз контенту, здатність оцінювати зміст контенту на предмет логічності, точності у викладені думок,

наявності граматичних та синтаксичних помилок тощо; здатність виокремлення раціональної та емоційної складових контенту соціальних мереж; ідентифікація візуальних маніпуляцій тощо.

Ключові слова: критичне мислення, соціальні мережі, інформаційно-психологічна операція, гібридна війна, інформаційна війна.

Total informatization and digitalization at the current stage of the development of society has made significant adjustments to the process of interaction between people around the world. Thanks to social networks, people can communicate in real time, quickly learn about news, discuss it, share impressions, promote their own opinions, etc. On the other hand, social networks have become a powerful means of manipulating public consciousness, which is especially dangerous in the conditions of the war that the Russian Federation is currently waging against Ukraine, both on the battlefield and in the information space.

The essence of the information-psychological operation (IPSO) category was analyzed, its goals, vectors and features were determined from the point of view of Russia's manipulative actions. The essence of the concept of "social network" is characterized, the rating of such social networks as Facebook, Youtube, Instagram, TikTok by the number of users in Ukraine in recent years is given.

The ways of implementing IPSO in social networks with the aim of influencing the public opinion of Ukrainians are summarized, among them: fake news and disinformation; selective truth; fake accounts and identities; bots and trolls; collaboration with influencers; memetic propaganda; manipulation of trends; viral marketing; hacking and information leakage, etc.

Ways of implementing IPSO in the most popular social networks of Ukraine, in particular Youtube, Instagram, Facebook, TikTok, as means of countering them, have been determined.

It has been proven that critical thinking is an effective means of countering the Russian IPSO in social networks. It was determined that critical thinking is understood as a certain type of worldview of an individual, as a psychological and pedagogical characteristic of the qualities of a critically thinking individual, as a pedagogical category and/or technology, etc. Within the scope of our intelligence, it is interpreted as a type of thinking that allows an individual to be critical of information from various sources, to distinguish true facts from fakes, to analyze, summarize information, draw reasoned conclusions, effectively forecast and model the future, which in modern conditions is a kind of guarantor human safety.

УДК 37.015.3:159.95

DOI <https://doi.org/10.32782/2663-6085/2024/72.17>

Бадер С.О.,

докт. пед. наук, професор,
завідувачка кафедри розвитку дитини
раннього і дошкільного віку
Державного закладу «Луганський
національний університет
імені Тараса Шевченка»

Починкова М.М.,

докт. пед. наук,
професор кафедри початкової освіти
Державного закладу «Луганський
національний університет
імені Тараса Шевченка»

¹ Публікація містить результати досліджень, проведених за грантової підтримки Національного фонду досліджень України за проектом 2021.01/0021 «Формування критичного мислення громадян як чинник безпеки в умовах збройного насилля та інформаційної агресії на Сході України».

The possibilities of critical thinking in countering the Russian IPSO in social networks have been determined, in particular: comprehensive content analysis, the ability to evaluate content content for logic, accuracy of expressed opinions, the presence of grammatical and syntactic errors,

etc.; the ability to separate the rational and emotional components of the content of social networks; identification of visual manipulations, etc.
Key words: critical thinking, social networks, information-psychological operation, hybrid war, information war.

Постановка проблеми у загальному вигляді.

Сучасний світ, якому притаманна тотальна інформатизація та диджиталізація, неможливо уявити без соціальних мереж, де люди активно комунікують, не зважаючи на відстань. Соціальні мережі стали не лише засобом інтеракції, а й місцем обміну думками, миттєвим засобом ознайомлення з актуальними новинами, майданчиком для бізнесу тощо. Натомість, інформаційний потік є таким об'ємним, масовим та стрімким, що інколи дуже важко відрізнити правдиву інформацію від фейкової. Особливо гостро проблема постає в сучасній Україні, де точиться повномасштабна війна, розпочата рф на території нашої незалежної держави. Специфіка означеної війни полягає в тому, що вона провадиться у двох векторах одночасно – на полі бою та в інформаційному просторі. Тож, війна отримала назву «гібридної» [7].

Як зазначають сучасні дослідники (В. Горбулін [14], І. Дерев'яно [4], Г. Почепцов [13] та ін.), гібридна війна – це війна, яка поєднує традиційні військові дії з нетрадиційними методами, такими як інформаційні атаки, кібератаки, економічний тиск, політичні маніпуляції та використання нерегулярних збройних формувань тощо [13]. Тобто інформаційна війна є суттєвим складником гібридної війни.

Інформаційна (ментальна) війна сьогодні передре фізичному вторгненню, тобто звичайній війні в бою, а далі посилюється задля розколу суспільства, зламу морального духу населення, сіяння паніки та страху тощо. Успішна інформаційна війна сприяє швидкому досягненню результатів в бою, тож росія активно упроваджує інформаційно-психологічні операції через розповсюдження фейкових наративів у ЗМІ та соціальних мережах. Оскільки російські ЗМІ офіційно заборонені на території України, соціальні мережі стали тими майданчиками, де просувати інформаційно-психологічні спеціальні операції (далі – ІПСО, прим. авт.) є значно простіше. З іншого боку, схема їх провадження є доволі стандартною, тому розпізнати ознаки ІПСО можна, володіючи навичками критичного мислення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Критичне мислення сьогодні досліджується у різних векторах: як певний тип світогляду особистості (R. Ennis, C. Hundleby); як психолого-педагогічна характеристика якостей критично мислячої особистості (J.A. Braus, J. Dewey, A. Crawford, M. Lipman, J. Makinster, S. Mathews, R. Paul, E. W. Saul, W. G. Sumner, D. F. Halpern, W. Huitt, P. A. Facione, D. Wood); як педагогічна категорія та /

або технологія (С. Бадер, О. Пометун, М. Починкова, С. Терно, В. Ягоднікова).

Проблема упровадження ІПСО актуалізувалась у вітчизняному науковому просторі через повномасштабне вторгнення країни-агресора на територію незалежної України та стала предметом дискусій у розвідках А. Онкович [11], І. Остапенко [12; 15; 16], Г. Синоруб, О. Соснюк [12; 15; 16], Ю. Твердохліб та ін.

Все більше уваги дослідники приділяють сьогодні соціальним мережам, їх специфіці (К. Дубняк [5], О. Гаврилюк [2, 3]), вивчають шляхи реалізації ІПСО, механізми маніпуляції свідомістю громадян через соціальні мережі (О. Курбан, В. Наместнік).

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Натомість, все ще відсутні ґрунтовні дослідження можливостей критичного мислення як засобу протидії ІПСО у соціальних мережах.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Перш за все, зупинимось на сутності інформаційно-психологічної операції як наукової категорії.

Термін ІПСО (інформаційно-психологічні спеціальні операції або інформаційно-психологічні операції) виник не так давно, але доволі активним досліджується сьогодні у зв'язку з повномасштабним вторгненням рф на територію України. Учені (Д. Богуш [1], І. Остапенко, О. Соснюк [12, 15, 16]) зазначають, що ІПСО – це такі маніпулятивні психологічні операції, що спрямовані на вплив на сприйняття, мислення, поведінку особистості відповідно до «запущеної» інформації для впливу на масову свідомість.

До провідних цілей російських ІПСО проти України належать:

- дезінформація населення (навмисне поширення неправдивої інформації для введення в оману);

- маніпуляція громадською свідомістю (психологічний тиск на думки та настрої громадян з метою змінити їхні погляди, викликати сумніви);

- підриг психологічної стійкості та морального духу громадян (створення паніки, страху, відчуття безсилля);

- тиск та вплив на рішення керівних структур держави (для прийняття ними рішень, вигідних для сторони, що провадить ІПСО) [1].

Аналіз останніх наукових розвідок свідчить про те, що ІПСО росії проти України реалізуються у декількох векторах: підриг довіри до влади, дискредитація керівного складу ЗСУ та їх рішень, волонтерських рухів та їх ініціатив, збір даних розвідки, а також насадження ідеї про відсутність

історії та права на існування в українського народу. Очевидно, що ті, хто реалізують ІПСО мають добре розуміти культуру країни, знати мову, традиції, розумітися на менталітеті громадян, крім того, досконало володіти знаннями про алгоритми роботи сучасних соціальних мереж й мистецтвом психологічної маніпуляції через медіа-ресурси. Людей, що реалізують ІПСО називають фахівцями з гібридних навичок впливу.

Безумовно соціальні мережі сьогодні є тими майданчиками, де доволі легко реалізовувати ІПСО, адже це дає можливість маніпулювати свідомістю значної кількості людей при мінімальних фінансових затратах.

Нам імпонує визначення категорії «соціальні мережі», що подано у роботах К. Дубняк: «... це спеціально реалізована можливість віддаленої взаємодії людей з метою обміну інформацією, зазвичай яскраво вираженої тематичної спрямованості» [5, 122]. Серед найбільш відомих соціальних мереж в Україні можна визначити: Facebook, Instagram, TikTok, Youtube тощо.

Зупинимось на рейтингу популярності сучасних соціальних мереж, зокрема в Україні. Зауважимо, що Facebook було створено 2004 р., Youtube – 2005 р., Twitter – 2006 р., Instagram – 2010 р., наймолодша соціальна мережа – TikTok – 2016 р. За даними статистики рейтинг популярності серед соціальних мереж у світі за 2023 рік виглядає так:

- перше місце – Facebook (близько 3 млрд. активних користувачів);
- друге місце – Youtube (2,5 млрд. активних користувачів);
- третє місце – Instagram (2 млрд. активних користувачів) [2, с. 14].

Не дивлячись на те, що до трійки лідерів не увійшов TikTok за кількістю користувачів, вже у 2022 р. ця соціальна мережа обійшла YouTube за кількістю переглядів [10].

Дослідження рейтингів соціальних мереж в Україні свідчать, що перше місце у 2020 р. належало платформі Facebook, вже у 2021 – Youtube. Цікаво, що у 2022 р. Facebook посів третю сходинку, у той час як Instagram – другу (таблиця 1). У 2023 р. ця тенденція зберіглася, разом з тим, кількість громадян, які використовують соціальні мережі стрімко зросла [2].

Соціальні мережі, як-от Facebook, Instagram, TikTok забезпечують швидке розповсюдження

інформації та мають великий вплив на широкі маси й колективну свідомість громадян. Вони дозволяють ІПСО-діячам швидко адаптувати свої стратегії та досягати великих аудиторій.

Цікавим для нас є дослідження О. Соснюк, І. Остапенко, які розподіляють користувачів соціальних мереж на певні умовні категорії:

– генератор контенту – молодь від 15 до 35 років, які відвідують свої сторінки щодня, створюють та викладають контент у соціальних мережах (зазвичай, використовують декілька). Такі користувачі мають значну кількість читачів, коментаторів та послідовників;

– ініціатор дискусії – особи віком від 20 до 50 років, які мають сторінки в різних соціальних мережах, перебувають на сторінках від 4 до 6 годин щодня, поширюють вербальні тексти, інколи ініціюють опитування, викладають власний простий контент;

– активні учасники дискусії – особи віком від 20 до 50 років, активні, прагнуть бути обізнаними, підтримують соціальні зв'язки з великою кількістю людей, активно реагують на нові пости та дописи, постійно моніторять події в інтернеті;

– поширювач контенту – особи віком від 20 до 50 років, які самостійно рідко створюють медіа-продукт, натомість активно поширюють цікавий для них контент, відкриті новому досвіду, прагнуть ділитися враженнями;

– наслідувач – особи від 15 до 35 років, які активно використовують, а інколи видають за свої різні контенти, можуть обробляти їх додатково. Такі користувачі орієнтуються на успішних / відомих особистостей, намагаються їх наслідувати, прагнуть бути «в тренді»;

– конформіст – особи віком від 20 до 50 років, які активно переглядають контент у соціальних мережах, цікавляться думками інших щодо тієї чи тієї проблеми, але самі не поспішають висловлювати власну думку. Вони можуть ставити різні реакції, лайки під постами, рідше – поширювати контент;

– спостерігач – особи від 35 до 50 років, які не так часто відвідують свої сторінки та соціальні мережі загалом. Здебільшого вони є пасивними спостерігачами, мають обмежене коло відвідувачів, самостійну активність виявляють рідко;

– неактивний користувач – особи від 35 до 50 років, які епізодично відвідують соціальні

Таблиця 1

Рейтинг соціальних мереж за кількістю користувачів в Україні

Рік/соціальна мережа	Facebook	YouTube	Instagram	TikTok
2020	1	2	3	4
2021	2	1	3	4
2022	3	2	1	4
2023	4	2	1	3

мережі, можуть брати тривалі паузи від декількох тижнів до місяців, пасивні в обговоренні події та постів [15, с. 170–181].

Цікаво, що в мережі Facebook більшість користувачів належать до ініціаторів дискусій та активних учасників дискусій, у той час як в Instagram – генератори контенту, поширювачі контенту та наслідувачі [Там само, с. 175].

Очевидно, що ступінь впливу російської пропаганди на особистість через соціальні мережі залежить від типу користувача. Чим більше часу людина проводить в соціальних мережах, тим більше вірогідність маніпулятивного впливу неї, навіть якщо користувач є пасивним скролером сторінок. Особлива загроза становить, на нашу думку, для таких категорій як: поширювачі контенту, наслідувачі, активні учасники дискусій та ініціатори дискусій. Вони можуть поширювати фейковий контент за відсутності навичок критичного осмислення інформації, висловлювати та поширювати в коментарях думки, які не є перевіреними тощо.

Важливо звернутися до шляхів реалізації ІПСО у соціальних мережах, до яких переважно належать:

- фейкові новини та дезінформація – найбільш поширений шлях впливу на масову свідомість з метою формування почуття страху, фрустрації, паніки, безвихідності тощо;

- селективна правда – вибіркоче подання як правдивої, так і абсурдно неправдивої інформації, яка відповідає цілям і завданням ІПСО. З цією метою агентами країни-агресора створюються спеціальні сторінки у соціальних мережах, які позиціонують себе як патріотичні, проукраїнські. На них спочатку розміщується правдива інформація, що дійсно береться з офіційних джерел, а згодом з'являється і повністю неправдива або викривлена / фейкова інформація. Оскільки довіра читача вже сформована, набагато важче протистояти таким фейкам. Слушною є думка Н. Шульської, Н. Букіної, Н. Адамчук: «ціль ворога проста – спіймати довіру жертви через патріотичну символіку й лозунги, а потім непомітно для неї самої просунути потрібну ідею й змусити трансформувати панівну суспільну думку в напрямку, потрібному російським загарбникам» [17, с. 270].

- підроблені акаунти та особистості – з метою розповсюдження фейкової інформації, залучення широкої маси громадян до обговорення неправдивої інформації під постами з метою недовіри до офіційних джерел. Сьогодні також активно використовується штучний інтелект для створення необхідного візуального контенту з відповідним озвучуванням, що може, наприклад, дискредитувати українських політичних чи військових лідерів тощо;

- боти та тролі – використання автоматизованих акаунтів для масового поширення інформації, яка створить конфлікти через поляризацію думок;

- колаборація з інфлюенсерами – залучення популярних осіб, блогерів, у соціальних мережах для просування певних тез та наративів. Тут є слушною думка О. Гаврилюк: «Сучасні блогери мають можливість впливати на свою аудиторію, і нерідко вони формують серед своїх підписників філософію споживчих відносин у житті» [3, с. 66]. О. Марків, О. Зарівна, І. Марків додають: «Сучасні медійники є також інфлюенсерами, часто брендовими для значної частини аудиторії, і що би вони не говорили, люди їм вірять» [9, с. 605]. Яскравим прикладом впливу на громадську думку є звернення, коментарі відомих блогерів та медійних осіб у соціальних мережах, зокрема, у TikTok, що набираються мільйони переглядів, спонукають користувачів уступати в дискусію в коментарях тощо;

- меметична пропаганда – використання мемів та іншого візуального контенту для трансляції політичних повідомлень у легкій, смішній та емоційно привабливій формі;

- маніпуляція трендами – навмисне використання хештегів та трендів для поширення певної інформації та вплив на роботу алгоритмів соціальних мереж;

- вірусний маркетинг – створення та запуск вірусного контенту, який швидко розповсюджується користувачами;

- злом та витік інформації – отримання та розповсюдження персональної інформації про людину з метою її дискредитації.

Як бачимо, саме соціальні мережі сьогодні стають не лише способом комунікації, але і вдалими майданчиками для поширення ворожих ІПСО.

Визначимо вірогідні шляхи реалізації ІПСО у найбільш популярних соціальних мережах України, зокрема Youtube, Instagram, Facebook, TikTok за засоби протидії їм.

На платформі Facebook активно просувається два типи ІПСО, які ховаються за ширмою викривленого патріотизму українців. Так, чимало сторінок просувають лозунги «рашисти – нелюди, наша місія помститися». Звісно, злочини росіян та російської армії не викликають сумнівів, щодня ми стаємо свідками руйнації жилих масивів, закладів освіти, культурних пам'яток, об'єктів критичної інфраструктури, смерті людей, у тому числі, дітей тощо. Натомість, доволі деструктивним є заклик до тотальної найжорстокішої помсти з боку українців. Зауважимо, що це впливає не лише на колективну свідомість українців, а й на імідж України на світовій арені. Власне, критичний аналіз такого заклик призводить до розуміння механізмів роботи психіки, коли людина прагне відповісти на несправедливість. Натомість, критично осмислюючи проблему, стає очевидно, що кривава помста нічого не дасть, окрім нових жертв.

Ще один доволі поширений приклад ІПСО на Facebook – «невідворотне покарання для

колаборантів» – розкручується як засіб смуги серед українського населення, ненависті до тих людей, хто проживають на тимчасово окупованих територіях, а в гіршому випадку – до всіх переселенців зі сходу та півдня країни. Звісно, ті громадяни, особливо держслужбовці, які пішли на співробітництво з окупантами, зрадили Україну, натомість, провокація криється в тому, що звинуватити під цю марку можна будь-кого. Саме цього і прагне країна-агресор задля подальших маніпуляцій та просування лозунгів на кшталт «захистимо своїх», «захистимо російськомовних», «Україна вбиває російськомовних громадян» тощо.

Наразі Facebook розширив свої функції та додав можливість публікувати reels – короткі відео за аналогією TikTok, що дає можливість просувати російську ІПСО ще більш активно. Якщо раніше пости Facebook було спрямовано на аудиторію, що читає, а це здебільшого люди, які не мають акаунтів в Instagram та TikTok, то наразі, щоб не втратити популярність та конкурувати, Facebook додав можливість переглядати відео, чим активно користуються російські ІПСО.

Платформа Instagram націлена на обмін фото з короткими дописами до них. Інколи, такі дописи можуть бути просто відсутні. «Instagram використовується і як платформа для побудови особистого бранда користувача, враховуючи значний потенціал впливу на глядацьку аудиторію тощо» [3, с. 71], через те, що інформація, подана у фотоланцюжку сприймається швидше, легше. Якщо раніше в Instagram можна було додати доволі довгі за часом відео, зараз платформа орієнтується на короткі – до 5 хвилин – контенти. Яскравим прикладом російської ІПСО в Instagram є публікації фото з різними короткими дописами, що гіперболізують ту чи ту проблему на тему влади в Україні, проблем на фронті тощо. Сторінки, що викладають такий контент зазвичай створені не так давно, але у них можуть бути патріотичні заголовки й значна кількість підписників за рахунок платної накрутки.

Для активного поширення маніпулятивного контенту використовуються відповідні хештеги, а також таргетована реклама, що розрахована на цільову аудиторію. Крім того, психологічні маніпуляції використовуються й за допомогою коментарів до того чи того контенту. Коментування в ІПСО використовується для підтримки або критики певної думки, з метою формування громадської думки та впливу на дискусію.

Потужні російські ІПСО реалізовується через соціальну мережу TikTok, де зазвичай автори контенту викладають коротке, але емоційно привабливе відео з використанням популярного (частіше – вірусного) звукового супроводу. Як приклад, на сторінках TikTok просувається теза про те, яке дороге житло для оренди на Західній Україні, зокрема, у Львові та Ужгороді: наводяться декілька

фотографій абсолютно непридатних для проживання помешкань з підписом ціни, яка, зазвичай, є неадекватною. Фотоланцюг супроводжується вірусним наразі голосом за кадром: «Що це? А це що?». Очевидно, що РФ просуває свій черговий наратив «самі українці наживаються на війни за рахунок оренди». Але варто пригадати кількість благодійних та волонтерських організацій у західній частині України, наявність безкоштовного житла для внутрішньо переміщених осіб тощо. Такі історії далі ретранслюються й у реальному житті, не лише в соціальних мережах, що провокує озлобленість серед людей, підігрують розкол між жителями східної та західної частини нашої держави.

Постає логічне питання – як протистояти психологічним маніпуляціям в соціальних мережах та дбати про власну інформаційну гігієну? Зауважимо, що просте блокування на рівні держави діяльності соціальних мереж або менеджерів не вирішить проблему, оскільки ми вже маємо досвід блокування таких соціальних мереж як «ВКонтакте», «Однокласники». Натомість, чимало прихильників таких соціальних мереж знайшли технічний засіб доступу до них, навіть за умови заборони використання означених ресурсів на державному рівні.

Очевидно, що засіб протистояння психологічним маніпуляціям в соціальних мережах має бути більш витонченим. Сучасні дослідники суголосні у думці, що одним з таких є сформоване критичне мислення.

Зупинимось на сутності феномену «критичне мислення», яке сьогодні розглядається як:

- уміле відповідальне мислення, що дозволяє людині формулювати надійні вірогідні судження [19, с. 38–43].

- розумне рефлексивне мислення, яке сфокусоване на розв'язуванні питання щодо того, що робити і що брати на віру (Дж. Браун, Д. Вуд) [18];

- мислення, що розвивається на основі ретельного оцінювання не лише припущень, але й фактів, і призводить до найбільш об'єктивних висновків шляхом аналізу всіх доцільних чинників і використання обґрунтованих логічних процесів (А. Кроуфорд, С. Метьюз, Д. Макінстер, В. Саулія) [8, 13];

Отже, критичне мислення є таким типом мислення, що дозволяє особистості критично ставитись до інформації з різних джерел, виокремлювати правдиві факти від фейків, аналізувати, узагальнювати інформацію, робити аргументовані висновки, ефективно прогнозувати й моделювати майбутнє, що в сучасних умовах є своєрідним гарантом безпеки людини. Сформоване критичне мислення дозволить ефективно розпізнавати ознаки ІПСО в соціальних мережах, налаштовувати власну сторінку таким чином, щоб уникнути проросійської пропаганди, не піддатися її негативному впливу з одного боку, з іншого – не зазнати реального фізичного й психологічного тиску.

Визначимо можливості критичного мислення у протидії російським ІПСО у соціальних мережах. Перш за все, критично мисляча особистість орієнтована на *всебічний аналіз* того чи того контенту, перевірку прочитаної / почутої / побаченої інформації на офіційних сторінках. Зазвичай, людина з розвиненим критичним мисленням аналізує не тільки контент сторінки, а й репутацію, дату та місце створення сторінки. Більшість сторінок, що скеровують російські пропагандисти було створено вже після 2022 року або напередодні.

По-друге, до навичок критичного мислення відносять *здатність оцінювати* зміст контенту на предмет логічності, точності у викладені думок, наявності граматичних та синтаксичних помилок тощо. Чимало сторінок у соціальних мережах, за допомогою яких реалізується російська пропаганда, викладають візуальний матеріал, який є доволі переконливим, емоційним, але під час текстових дописів спостерігаємо чимало помилок, описок, плутанини у фактах або датах / іменах / прізвищах, наявність русизмів тощо.

Додамо, що на спеціально створених сторінках для реалізації російських ІПСО у соціальних мережах доволі часто повторюються одні й ті ж самі фрази, ключові слова тощо. Це може простежуватись навіть у межах одного повідомлення в контенті.

По-третє, критичне мислення дозволяє *відділити раціональну та емоційну складові* контенту соціальних мереж. Зазвичай, фахівці з гібридних навичок впливу намагаються задіяти сильні емоції під час створення контенту, до яких належать: злість, страх, гнів, обурення. Саме такі емоції провокують ситуації невизначеності, паніки та фрустрації, що впливає на подальшу поведінку індивіда. Якщо громадянин здатен до критичного осмислення контенту, то стає очевидним, що сильна емоція під час перегляду – привід задуматися про мотив створення такого контенту.

Зауважимо, що емоційний контент розраховано, у перше чергу, на те, щоб людина поділилась інформацією, яку отримала, адже так спрацьовує механізм зниження емоційної напруги. Це, своєю чергою, запускає своєрідний ланцюжок передачі певного нарративу, тези, що покликано дестабілізувати ситуацію за допомогою маніпуляцій.

По-четверте, сформоване критичне мислення дозволяє *ідентифікувати візуальні маніпуляції* у соціальних мережах, зокрема через уважний аналіз фото з використанням фотошопу, монтажу, де фрази вирвані з контексту, або відео, що створено штучним інтелектом. Наразі популярним є контент у мережі TikTok, де на тлі прапора України, або відео з засідань Верховної ради України, або стрічки новин з Всеукраїнського марафону накладено абсолютно інше аудіо. Переглядаючи такий контент, людина з низьким рівнем критичного

сприйняття інформації сприймає аудіо повідомлення як істину, довіряючи суто тому, що бачить.

Значний вплив чинять блогери та інші відомі інфлюенцери, які у своїх відео зверненнях можуть несвідомо транслювати певну тезу, нарратив, який чіпляє їх особисто. Так, останнім часом є доволі популярним обговорення проблеми електропостачання, коли блогери діляться власними міркуваннями щодо цієї проблеми, як-то: «енергію продають за кордон, а українці без світла», «на проблемі відсутності енергії заробляють» тощо. Деякі висувують гіпотезу про теорію змови, нібито світло відключають навмисно, щоб громадяни купували альтернативні джерела електроенергії. Такі факти свідчать про недостатню сформованість критичного мислення, як у самих блогерів, так і в поціновувачів їхнього контенту, або, в гіршому випадку, результати російських ІПСО.

Як бачимо, критичне мислення є своєрідною зброєю, яка допомагає людині захищатися від російської пропаганди, безпечно використовувати соціальні мережі, вдумливо аналізувати та поширювати контент і не стати засобом маніпулятивних дій росії в інформаційній війні.

Висновки. Таким чином, російські ІПСО наразі активно реалізуються через соціальні мережі, і, маємо визнати, що вона є загалом успішною через низький рівень сформованості критичності мислення значної кількості громадян. Країна-агресор розпочала впровадження власних нарративів через соціальні мережі ще до подій 2014 р., а після повномасштабного вторгнення у 2022 р. продовжує розколювати український народ, нищити національну ідею, маніпулюючи колективною свідомістю громадян. Сформоване критичне мислення громадян усіх вікових категорій дозволить успішно протистояти ІПСО, упізнавати стандартні психологічні маніпуляції противника, перевіряти інформацію, піддавати критиці «авторитетні» думки інфлюенсерів тощо.

Перспективи подальших розвідок убачаємо в дослідженні шляхів формування критичного мислення громадян на державному рівні.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Богуш Д. Сучасні особливості інформаційно-психологічних операцій (ІПСО) в умовах гібридної війни РФ. *Імідж і репутація: сучасні тенденції і виклики*. Міжнар. наук.-практ. конф. 2022. С. 98–102.
2. Гаврилюк О. П. Аналіз рейтингів соціальних мереж у світі та Україні. *Гуманітарні та природничі науки: актуальні питання*. 2023. С. 13–17.
3. Гаврилюк О. П. Соціальні мережі як явище цифрової культури та платформа презентації нових культурних практик : дис. ... докт. філософії. 034 – культурологія. К., 2023. 232 с.
4. Дерев'янка І. П. Гібридна війна як різновид асиметричних дій. *Міжнародні відносини: теоретико-практичні аспекти*. 2023. № 11. С.6–16.

5. Дубняк К. В. Соціальні мережі інтернет як засіб обміну інформацією. *Держава та регіони*. Серія: Соціальні комунікації. 2014. № 3. С. 122–126.
6. Іванина Р. We are social 2023: соціальні мережі, інтернет та тенденції електронної комерції. Elit : вебсайт. 2023, 20 лют. URL : <https://elit-web.ua/ua/blog/we-are-social-2023>
7. Курило В. С., Савченко С. В., Караман О. Л. Соціалізація особистості в умовах гібридної війни на сході України : монографія. Старобільськ : ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2018. 240 с.
8. Кроуфорд А., Саул С., Метью В., Макінстер Д. Технології розвитку критичного мислення учнів. Київ : Плеяда, 2006. 217 с.
9. Марків О., Зарівна О., Марків І. Коментар як інструмент маніпулювання суспільною свідомістю в умовах війни (до питання інформаційно-психологічних операцій). *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2022. Вип. 51. С. 604–609.
10. Найпопулярніші соцмережі у світі – рейтинг. AIN.UA : вебсайт. 2023, 09 берез. URL : <https://ain.ua/2023/03/09/najpopulyarnishi-soczmerezhi-u-sviti-rejtyng/>
11. Онкович А. Соцмережа Фейсбук та інформаційно-психологічні операції. *Український інформаційний простір*. 2021. 1 (7). 206–220.
12. Остапенко І. В., Соснюк О. П. Розвиток критичного мислення як засіб протидії інформаційно-психологічним операціям. URL : <http://surl.li/ngvols>
13. Почепцов Г. Г. Смыслові та інформаційні війни. *Інформаційне суспільство*. 2014. Вип. 18. С. 21–27.
14. Світова гібридна війна: український фронт. / За заг. ред. В. П. Горбуліна. Київ : Національний інститут стратегічних досліджень, 2017. 496 с.
15. Соснюк О. П., Остапенко І. В. Психологічні особливості активності користувачів соціальних медіа. *Український психологічний журнал*. 2019. 2 (12). С. 160–181.
16. Соснюк О. П., Остапенко І. В. Розвиток резистентності до деструктивних інформаційних впливів у користувачів соціальних медіа. *Військова психологія у вимірах війни і миру: проблеми, досвід, перспективи: матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції «Військова психологія у вимірах війни і миру: проблеми, досвід, перспективи»*. К. : КНУ імені Тараса Шевченка, 2020. С.128–130.
17. Шульська Н. М., Букіна М. В., Адамчук Н. В. Типологічні маркери інформаційно-психологічних операцій (ІПСО) в умовах війни в медіа. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського*. 2023. Том 34 (73). № 1. Ч. 2.
18. Braus J. A., Wood D. Environmental education in the Schools. Creating Program that Works! New York: MOO44, Peace Corps, 1993. 500 p.
19. Lipman M. Criticalthinking: What can it be ? / *Educational Leadership*. Matthew Lipman / (46) 1, 1988. P. 38–43.